

**STRATEGI PEMASARAN USAHA JAMUR MERANG PADA USAHA TANI
LM3 AGRINA DI GAMPONG TANJONG PAYA
KECAMATAN PEUSANGAN
KABUPATEN BIREUEN**

Cut Adnen, Elfiana

Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim

Dosen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim

Email: cut.adnen.1992.2010@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini telah di laksanakan di Gampong Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh mulai bulan Agustus sampai dengan bulan September tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana saluran pemasaran pada UD. LM3 AGRINA di Gampong Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis kualitatif. Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, maka pada faktor internal terdapat kendala yg urgen adalah kurangnya pengetahuan tentang budidaya jamur merang yg semakin tinggi. UD. LM3 AGRINA di Gampong Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen melakukan pemasaran melalui dua saluran pemasaran. Saluran pemasaran langsung 1, Pelaku usaha (UD. LM3 AGRINA) → konsumen akhir. saluran pemasaran tidak langsung 11. UD. LM3 AGRINA → agen → konsumen akhir.

Kata kunci: Analisis Pemasaran, Usaha Jamur Merang.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris sehingga pertanian merupakan salah satu sektor penting bagi negara tersebut. Sektor pertanian telah memberikan peranan yang besar dalam perekonomian Indonesia melalui penyediaan pangan, bahan baku produksi, perolehan devisa negara dalam kegiatan ekspor, dan pengentasan kemiskinan. Sektor pertanian juga menjadi andalan dalam mengembangkan kegiatan ekonomi pedesaan melalui pengembangan usaha berbasis pertanian. Indonesia memiliki sumberdaya alam yang melimpah, iklim yang cocok untuk pertanian. Sebagian besar penduduk Indonesia bermata pencarian pada

bidang pertanian. Namun mayoritas penduduk tidak bekerja sebagai petani besar melainkan sebagai petani kecil (Pasaribu, 2002).

Pertanian Indonesia memproduksi berbagai komoditi setiap harinya, salah satunya adalah komoditi hortikultura yang di dalamnya terdapat sayur-sayuran dan buah-buahan. Sayur-sayuran dan buah-buahan sangat beragam dan memiliki potensi penjualan yang tinggi. Salah satu komoditi tersebut adalah jamur dan salah satu jamur yang dibudidayakan adalah Jamur Merang.

Jamur Merang merupakan salah satu produk komersial dan dapat dikembangkan dengan teknik yang sederhana. Bahan baku yang dibutuhkan

tergolong bahan yang murah dan mudah diperoleh seperti Jerami, Kapur dolomit, dan Dedak. Sementara proses budidayanya sendiri tidak membutuhkan berbagai pestisida atau bahan kimia lainnya (Pasaribu, 2002).

Jamur merang merupakan salah satu komoditas sayuran tunas yang mempunyai masa depan baik untuk dikembangkan. Hingga kini sudah semakin banyak orang yang mengetahui nilai gizi jamur merang dan manfaatnya bagi kesehatan manusia. Di lain pihak produksi jamur merang di Indonesia sangat terbatas sehingga nilai ekonomi jamur merang semakin meningkat (Sinaga, 2009).

Budidaya jamur merang tergolong sangat mudah, tidak membutuhkan lahan yang luas, bebas pestisida dan ramah lingkungan. Jamur merang dapat dipanen 10 hari setelah tebar bibit, dalam 1 (satu) proses produksi dapat panen 10-15 kali. Suhu kompos yang diperlukan untuk pertumbuhan jamur merang antara 35 – 38 C, dengan kelembaban 95 – 98% (Anonim, 2003).

Jamur merang sebagai salah satu jenis pilihan Usaha Agribisnis memiliki potensi untuk dikembangkan, bahkan layak diusulkan menjadi sektor unggulan yang akan memperkuat struktur ekonomi. Alasannya, (a) Sumberdaya alam menyediakan bahan baku melimpah, (b) Sumber Daya Manusia (SDM) bersifat padat karya dan berbasis sumberdaya lokal yang kuat serta (c) Tidak memerlukan komponen luar negeri. Jamur merang banyak mengandung protein nabati, serta unsur mikro nutrisi lainnya yang banyak dibutuhkan untuk menjaga kesehatan dan kesegaran.

Dalam 100 gram jamur merang terdapat kandungan gizi sebagai berikut : Protein 2,68%, Lemak 2,24%, Karbohidrat 2,6%, Vitamin C 206 Cal, Calcium 0,75%, Fosfor 30,6% dan Kalium 44,1%. Sedangkan manfaat jamur merang adalah, (a) menghambat pertumbuhan sel tumor, (b) meningkatkan sistem kekebalan tubuh dan (c) Menurunkan kadar kolesterol dalam plasma darah dan hati.

Menurut Pasaribu (2002), persaingan pengusaha jamur lokal akan memaksa perusahaan mengembangkan produk baru, memperbaiki produk yang sudah ada menurunkan biaya dan harga, mengembangkan teknologi baru, memperbaiki mutu dan pelayanan, persaingan domestik yang kuat akan mendorong perusahaan mencari pasar ekspor untuk mendukung perluasan dalam skala investasi pengembangan setelah dibukanya perdagangan bebas.

Salah satu usaha yang memproduksi jamur merang diatas, adalah LM3 AGRINA yang bertempat di Gampong Tanjong Paya, Kecamatan Peusangan, Kabupaten Bireuen. Usaha ini mulai beroperasi pada tahun 2008 dengan modal usaha sendiri yang dimiliki sebesar Rp 35.000.000, yang digunakan untuk investasi awal pengadaan sarana dan prasarana peralatan proses produksi. Secara perlahan usaha mulai beroperasi dan terus berkembang dengan fokus memproduksi jamur merang hingga sekarang. Ada beberapa kendala yang dihadapi oleh pengusaha jamur merang adalah (a) belum dapat memenuhi permintaan pasar karena belum optimal kapasitas penggunaan kumbung, (b) terbatasnya modal yang dimiliki, (c) promosi yang dilakukan masih dengan cara mulut ke mulut, sehingga

pemasaran jamur merang terkesan lamban. Dari kendala tersebut, maka jumlah produksi jamur merang menurun dan pengusaha kursi mengalami kerugian.

Dengan latar belakang di atas menjadi dasar pertimbangan penulis melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Usaha Jamur Merang LM3 AGRINA di Gampong Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen”.

MATERI DAN METODE

Penelitian ini telah dilaksanakan pada usaha budidaya jamur merang LM3 AGRINA di Gampong Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive*) karena usaha ini merupakan usaha jamur merang pertama di Kabupaten Bireuen.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memberikan gambaran umum tentang data yang diperoleh. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Analisis SWOT adalah Tabel 1. Identifikasi Kondisi Faktor Internal dan Eksternal

identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi, berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), dan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknes*) dan ancaman (*Threats*). Jadi, analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam penerapan strategi pemasaran jamur merang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Kondisi Internal dan Eksternal

Berdasarkan analisa deskriptif identifikasi kondisi internal dan eksternal usaha melalui data primer questioner diperoleh beberapa hal yang mempengaruhi lingkungan internal dan eksternal usaha. Berikut ini adalah rincian mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

FAKTOR INTERNAL	
Kekuatan	Kelemahan
S1 Jamur tidak mengandung bahan kimia	W1 Kurangnya pengetahuan tentang budidaya jamur
S2 Adanya agen tetap	W2 Sistem budidaya belum modern.
S3 Adanya kemitraan usaha	W3 Modal yang terbatas.
Faktor Eksternal	
Peluang	Ancaman
O1 Permintaan jamur merang yang semakin tinggi.	T1 Usaha sejenis.
O2 Rumah makan sudah ada yang menyediakan menu utama jamur.	T2 Bibit jamur merang yang tidak berkualitas.
O3 Belum banyak masyarakat yang membudidayakan jamur merang.	T3 Hama dan penyakit.

2. Analisa Faktor Internal dan Eksternal

Hasil identifikasi faktor-faktor kunci internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan, pembobotan dan rating dipindahkan ke Tabel Analisis Matriks Urgensi Faktor Internal untuk diberi

bobot x rating. Skor faktor-faktor kunci internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan masing-masing dijumlah dan kemudian dibandingkan. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Matrik Urgensi Faktor Internal

NO	FAKTOR INTERNAL	FAKTOR YANG LEBIH URGEN						TOTAL NU	BOBOT %
		A	B	C	D	E	F		
A	Jamur tidak mengandung bahan kimia	X	A	C	D	E	F	1	6,7
B	Adanya agen tetap	A	X	B	D	B	B	3	20
C	Adanya kemitraan usaha	C	B	X	D	C	F	2	13,4
D	Kurangnya pengetahuan tentang budidaya jamur	D	D	D	X	D	D	5	33,4
E	Sistem budidaya belum modern.	A	B	C	E	X	F	1	6,7
F	Modal yang terbatas	F	B	F	D	F	X	3	20

Dari tabel di atas, diperoleh dapat diperoleh informasi bahwa faktor internal yang paling urgen adalah kurangnya pengetahuan tentang cara budidaya jamur merang dengan skor urgensi 33,4 %. Berarti faktor tersebut perlu diambil langkah untuk menyelesaikan isu dan

permasalahan yang dihadapi oleh usaha Jamur Merang LM3 Agrina. Seperti halnya pada urgensi faktor internal, maka pada faktor-faktor strategis eksternal urgensi faktor eksternal juga dilakukan identifikasi yang hasilnya ada pada Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Matrik Urgensi Faktor Eksternal

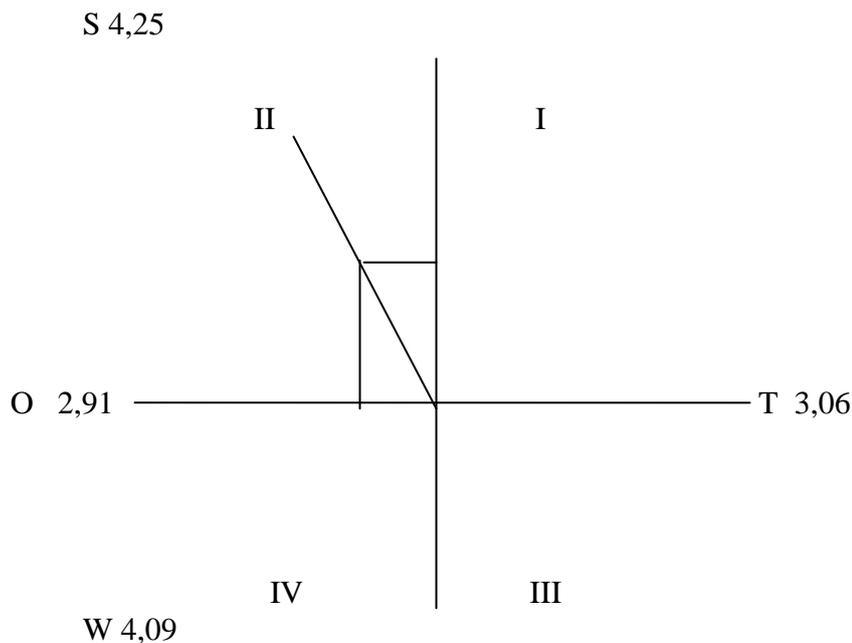
NO	FAKTOR EKSTERNAL	FAKTOR YANG LEBIH URGEN						TOTAL NU	BOBOT %
		A	B	C	D	E	F		
A	Permintaan jamur merang yang semakin tinggi.	X	A	A	A	E	A	4	26,7
B	Rumah makan sudah ada yang menyediakan menu jamur merang.	A	X	B	B	E	F	2	13,4
C	Belum banyak masyarakat yang membudidayakan jamur merang.	A	B	X	C	E	F	1	6,7
D	Usaha sejenis.	A	B	C	X	D	D	2	13,4
E	Bibit jamur yang tidak berkualitas.	E	E	E	D	X	F	3	20
F	Hama dan penyakit.	A	F	F	D	F	X	3	20

Selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap faktor internal dan eksternal.

Adapun diagram posisi kekuatan usaha Jamur Merang LM3 Agrina Total Nilai Bobot (TNB) dari :

Kekuatan (Strength)	: 4,25
Kelemahan (Weakness)	: 4,09
Peluang (Opportunity)	: 2,91
Ancaman (Threat)	: 3,06

Kekuatan ada pada diagram I, dimana strategi kekuatan untuk meraih peluang menjadi sangat penting. Untuk menentukan tingkat pencapaian usaha LM3 AGRINA dapat digambarkan dalam diagram kekuatan usaha sebagai berikut :



Gambar 1. Peta Kekuatan Internal–Eksternal

Diagram posisi :

$$S - W = 4,25 - 4,09 = 0,16$$

$$O - T = 2,91 - 3,06 = -0,15$$

Dari gambar diagram SWOT diatas sangat jelas menunjukkan bahwa usaha telah berada pada jalur yang tepat dengan terus melakukan strategi pertumbuhan (*Growth*) yang dapat meningkatkan pemasaran jamur merang dengan memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang. Untuk penjelasan lebih rinci dapat dilihat pada butir – butir dibawah ini :

1. Kuadran II merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan dalam pengembangan ikan lele menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal.

2. Memilih dan menetapkan faktor kunci keberhasilan faktor- faktor kunci keberhasilan pengembangan ikan lele adalah faktor yang memiliki nilai (TNB) terbesar antara faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap sasaran yang akan dicapai karena faktor kunci keberhasilan disebut juga sebagai faktor kunci sukses atau kunci strategi. Sesuai dengan kriteria berdasarkan Tabel lampiran 1. Maka faktor –faktor keberhasilan yang dipilih dari SWOT akan dipaparkan pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4.Faktor-faktor Kunci Keberhasilan

FAKTOR INTERNAL			
Kekuatan		Kelemahan	
1	Adanya agen tetap	1	Kurangnya pengetahuan tentang budidaya jamur merang
2	Adanya kemitraan usaha	2	Modal yang terbatas.
FAKTOR EKTERNAL			
Peluang		Ancaman	
1	Permintaan jamur merang yang semakin tinggi.	1	Usaha sejenis.
2	Belum banyak masyarakat yang membudidayakan jamur merang.	2	Hama dan penyakit.

Penjelasan hasil tabel 4 diatas dari tahap pengumpulan data, dapat diperoleh lagi yang lebih spesifik dengan membuat “Tahap Analisis”, dimana memanfaatkan semua informasi kedalam model perumusan strategi. Model tersebut adalah Matriks

SWOT, menggunakan Matriks SWOT akan muncul lagi beberapa kategori yakni strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT dapat diperoleh. Untuk lebih jelas tentang Matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 5 di bawah ini :

Tabel 5. Analisis Matriks SWOT

	INTERNAL	Strength	Weakness
	EKSTERNAL		1. Adanya agen tetap 2. Adanya kemitraan usaha
	Opportunity	Strategi SO	Strategi WO
	1. Permintaan jamur merang yang semakin tinggi. 2. Belum banyak masyarakat yang membudidayakan jamur merang.	1. Tingkatkan pendekatan dengan semua untuk meningkatkan permintaan jamur. 2. Tingkatkan kemitraan usaha untuk memanfaatkan peluang yang ada.	1. Tingkatkan pengetahuan petani untuk memaksimalkan permintaan jamur. 2. Tingkatkan kemitraan usaha untuk menciptakan inovasi baru.
	Threat	Strategi ST	Strategi WT
	1. Usaha sejenis. 2. Hama dan penyakit.	1. Dengan adanya agen tetap diharapkan mampu mengatasi persaingan usaha 2. Dengan adanya kemitraan usaha diharapkan mampu mengadopsi teknologi untuk mengatasi hama	1. Dengan adanya sosialisasi untuk meningkatkan pengetahuan petani diharapkan mampu menangani persaingan usaha. 2. Lakukan pengendalian hama dan penyakit secara tradisional untuk

dan penyakit.

meminimalkan biaya.

Tahap terakhir yaitu “tahap pengambilan keputusan” yang bertujuan untuk menyusun beberapa strategi yang muncul dapat dijadikan sebagian acuan dalam memperbaiki pemasaran pada usaha Jamur Merang LM3 Agrina. Adapun strategi yang dilakukan oleh usaha Jamur Merang LM3 Agrina adalah strategi pertumbuhan (*Growth*) yaitu Strategi yang dilaksanakan melalui pertumbuhan dari dalam usaha (*Internal Growth*) atau pertumbuhan dari luar usaha (*External Growth*) melalui merger dan akuisisi. Pertumbuhan internal dilakukan dengan cara memperluas kegiatan usaha yang sudah ada, misalnya dengan cara menambah kapasitas, menambah produk atau mencari pasar baru, pertumbuhan eksternal dilakukan dengan membeli usaha yang sudah ada. Merger dan akuisisi adalah strategi pertumbuhan eksternal dan merupakan jalur cepat untuk mengakses pasar baru untuk produk baru tanpa harus membangun dari awal. Strategi ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan kekuatan dengan cara memanfaatkan peluang yang ada untuk memperoleh keuntungan, penjualan dan sebagaimana guna mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis internal dan eksternal usaha dapat diperoleh bahwa yang menjadi strategi utama usaha Jamur Merang LM3 Agrina adalah strategi pertumbuhan (*Growth*) dimana usaha LM3 Agrina dapat meningkatkan pemasaran jamur merang dengan memanfaatkan kekuatan yang ada melalui peluang dalam rangka pencapaian strategi pemasaran jamur merang pada usaha LM3 Agrina Gampong Tanjong Paya Kecamatan Peusangan.

Berdasarkan matriks SWOT maka dapat disimpulkan beberapa pengembangan melalui pertimbangan faktor internal dan eksternal usaha yang dapat bermanfaat bagi kemajuan usaha LM3 Agrina.

Adapun program-program yang perlu dilakukan dalam pengembangan usaha LM3 Agrina adalah pendidikan dan program pelatihan petani, serta peningkatan kerja sama petani yang akan ditindaklanjuti dengan kegiatan-kegiatan penyuluhan yang sesuai dengan kebutuhan dan keperluan petani dan kondisi usaha LM3 Agrina sehingga akan menumbuhkan dan mengembangkan kesuksesan suatu usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah. 2008. *Prevensi dan konsumsi Fast Food Dalam Pemenuhan Kecakupan Gizi Remaja di Banda Lampung*. Reportm Lampung LAPTUNILAPP.
- Dinas Perikanan Aceh, 2014. *Badan Stantistik Aceh*.
- Dinas Stantistik, *Kabupaten Bireuen 2014*
- Fandy, Tjiptono, dkk. 2004. *Marketing Scales*. Yogyakarta
- Junianto. 2003 *Tehnik Penaganan Ikan*. Penebaran Swadaya. Jakarta.
- Kotler dan Katler. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran*. Penerbit PT. Indeks Media, Jakarta.
- Kotler, P. & Ketler, K.L. 2007 *.Manajemen Pemasaran*, Ed12. Jilid 2. Penerbit PT Indeks Media : Jakarta.
- Kotler, Plilip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Yong, Liem, Wei, 2000. *Pengetahuan Bahan Pangan*.
- Lubis. 2010. *Analisis pendapatan Dan Strategi Pemasaran Ikan Teri*

- Tangkap (Ephinephclus Taiwan)*
Dikabupan Serdang Bedagai.
- Lupiyoadi, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 2)*. Jakarta : Penerbit Selembang Empat.
- Moleong. 2010. *Jenis Data dan Sumber Data*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Mulyadi. 2005. *Akutansi Biaya*, Edisi Kelima, Cetakan ketujuh, Yogyakarta
- Sensi Hasnibar, 2014. *Strategi Pemasaran Produk olahan Ikan Patin (pangasius sutchi)* di Desa Kota mesjid Kecamatan Xiii koto Kampar Kabupatren Kampar Provinsi Riau.
- Sianipar dan Entang. 2008. *Teknik-Teknik Analisis Manajemen*. Bahan Ajar Diklat PIM Tingkat III
- Supranto.Nandan 2007. *Prilaku Konsumen Dan Strategi*, Jakarta: Rineкта Cipta.
- Susilowati. 2011. *Strategi Pemasaran Ikan Laut Olahan Pada UD. Madura Mandar Puger Jember*. <http://repository.Unec.ac.id>. Dikases (tanggal 22 November 2014).
- Sutrisno, Edy. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jkarta: Prenada Media Grup.